

## **BAB III**

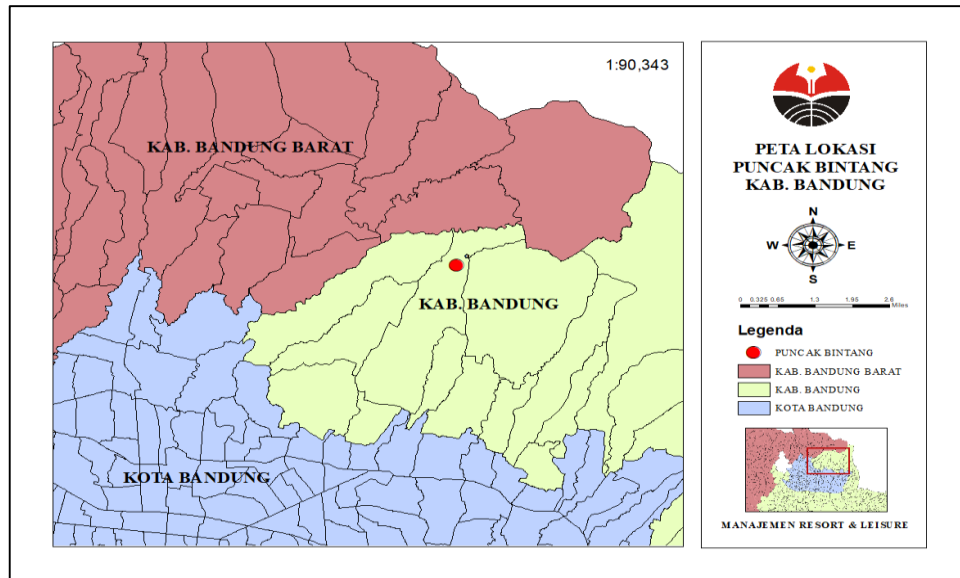
### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif yaitu pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku di dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan-hubungan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Menurut Whitney (1960) tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2012) yang dimaksud dengan metode pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan data-data yang dikumpulkan bersumber dari sumber primer yaitu melalui observasi, wawancara, dan kuisioner maupun data-data yang berasal dari sumber sekunder yang meliputi kajian kepustakaan dan sumber data lain.

Lokasi penelitian ini adalah Puncak Bintang Kabupaten Bandung yang berada di Kampung Buntis Bongkor, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung dan masuk ke wilayah Perhutani KPH Bandung Utara.



Sumber : Hasil olahan peneliti, 2019

Gambar 3. 1 Peta Lokasi Puncak Bintang Kabupaten Bandung

### 3.2 Populasi dan Sampel

Dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor motivasi yang mempengaruhi pengunjung dalam mengambil keputusan mengunjungi destinasi wisata Puncak Bintang Kabupaten Bandung, populasi dari penelitian ini yaitu pengunjung yang pernah berkunjung ke destinasi wisata Puncak Bintang Kabupaten Bandung.

Teknik sampel yang akan digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non-probabilty sampling* dengan menggunakan pendekatan *accidental sampling*. Melalui teknik ini peneliti akan leluasa untuk memilih responden yang ditemui untuk diteliti. Menurut Malhotra (2005), *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.

Pada penelitian ini sampel didapat dari kuesioner yang disebar untuk pengunjung yang pernah mengunjungi destinasi wisata Puncak Bintang Kabupaten Bandung. Lalu dengan latar belakang usia minimal 17 tahun keatas agar para responden mengerti dan dapat menjawab pertanyaan pada kuesioner yang diberikan oleh peneliti, dan penentuan jumlah sampel untuk penelitian ini dibatasi dengan jumlah 120 orang.

Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Malhotra (2005), bahwa jumlah sampel/responden dengan populasi yang tidak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah indikator yang diteliti. Dalam penelitian ini ada 24 indikator yang mewakili variabel, jadi jumlah sampel yang dianggap mewakili dan mencerminkan ciri populasi adalah 120 orang ( $24 \times 5$ ).

### 3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner *close ended*. Kuesioner *close ended* yaitu kuesioner yang berisi pernyataan dengan jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti. Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menyebarkan kuesioner kepada responden adalah langsung terjun ke lapangan dan membagikan kepada pengunjung yang datang dan juga peneliti akan menyebarkan kuesioner dengan *google form* apabila data pengunjung kurang.

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dan untuk keperluan gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban diberi skor seperti skor 5 untuk sangat setuju, 4 untuk setuju, 3 untuk netral, 2 untuk tidak setuju, 1 sangat tidak setuju.

### 3.4 Validitas dan Reliabilitas

#### 3.4.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini untuk menguji validitas menggunakan korelasi *person product moment* dimana hitung  $> r$  tabel, maka data dinyatakan valid. Dimana jumlah responden  $n = 30$  maka  $r$  dihitung  $= 0,361$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan menggunakan *software IBM SPSS Statistic 25 for Windows*. Rumus untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari  
 X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item  
 Y = Skor total  
 $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X  
 $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y  
 n = Banyaknya responden

Dimana :

- r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

*Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas*

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Berkunjung untuk melepaskan diri dari rutinitas dan rasa jenuh dari pekerjaan	0.390	0.361	Valid
2	Berkunjung untuk merasakan suasana asli daerah dan budaya	0.799	0.361	Valid
3	Berkunjung untuk beristirahat dan merasa relax	0.434	0.361	Valid
4	Berkunjung untuk bermain	0.363	0.361	Valid
5	Berkunjung untuk mempererat tali kekerabatan	0.440	0.361	Valid
6	Berkunjung untuk untuk menunjukan kelas atau gaya hidup	0.510	0.361	Valid
7	Berkunjung untuk melakukan berbagai interaksi sosial	0.553	0.361	Valid

8	Berkunjung untuk mendapatkan suasana romantic	0.422	0.361	Valid
9	Berkunjung agar mendapatkan edukasi	0.689	0.361	Valid
10	Berkunjung untuk mendapatkan jati diri	0.718	0.361	Valid
11	Berkunjung untuk memenuhi keinginan atau cita-cita ke kawasan	0.740	0.361	Valid
12	Berkunjung karena ingin merasakan kuliner dari destinasi wisata	0.675	0.361	Valid
13	Berkunjung karena ingin merasakan fasilitas yang disediakan dari destinasi wisata	0.681	0.361	Valid
14	Berkunjung karena lokasi kawasan yang strategis	0.738	0.361	Valid
15	Berkunjung karena adanya promosi berskala nasional dari destinasi wisata	0.830	0.361	Valid
16	Berkunjung karena iklan yang ditawarkan destinasi wisata	0.841	0.361	Valid
17	Berkunjung karena adanya iklan atau promosi paket wisata yang ditawarkan jasa wisata	0.824	0.361	Valid
18	Berkunjung karena destinasi wisata menawarkan event-event special	0.832	0.361	Valid
19	Berkunjung karena mendapat insentif dari perusahaan	0.796	0.361	Valid
20	Berkunjung karena ada teman untuk dijumpai	0.782	0.361	Valid
21	Berkunjung karena dilokasi tersebut ada relasi untuk dijumpai	0.594	0.361	Valid
22	Berkunjung karena lokasi tersebut memiliki daya tarik wisata yang menarik	0.418	0.361	Valid

23	Berkunjung karena destinasi wisata memiliki nilai budaya dan peninggalan sejarah	0.686	0.361	Valid
24	Berkunjung karena lingkungan wisata yang menarik	0.491	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti dengan SPSS 25.0, 2019

Berdasarkan tabel 3.1 diatas setiap indikator menunjukkan r hitung melebihi dari r tabel, sehingga setiap indikator memenuhi syarat untuk di uji dalam penelitian lebih lanjut.

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010) realibilitas menunjukan suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Sedangkan Menurut Sugiyono (2011) reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecahkan menjadi dua menunjukan data yang tidak berbeda.

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti mencari reliabilitas data dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach ( $\alpha$ ), karena pada penelitian kali ini pertanyaan kuesioner meggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 dan rumus alpha atau Cronbach's alpha ( $\alpha$ ) dapat dilihat sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$	= Reliabilitas instrumen
$k$	= Banyak butir pertanyaan
$\sigma_t^2$	= Varian total
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian butir pertanyaan

Kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70 (Kaplan, 1993:126). Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (1956), yaitu:

Asyraf Al Rasyid, 2021

*Analisis Faktor-Faktor Motivasi Pengunjung ke Destinasi Wisata Puncak Bintang Kabupaten Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kurang dari 0,20	: Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan
0,20 - < 0,40	: Hubungan yang kecil (tidak erat)
0,40 - < 0,70	: Hubungan yang cukup erat
0,70 - < 0,90	: Hubungan yang erat (reliabel)
0,90 - < 1,00	: Hubungan yang sangat erat
1,00	: Hubungan yang sempurna

*Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas*

Variabel	Co Hitung	Co Minimal	Keterangan
Motivasi Pendorong dan Penarik	0.94	0,70	Reliable

*Sumber : Hasil Olahan Peneliti dengan SPSS 25.0, 2019*

### 3.5 Prosedur Penelitian

Arikunto (2008) mengungkapkan bahwa prosedur penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu penjelasan mengenai langkah-langkah yang harus ditempuh dalam suatu penelitian. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif dengan langkah-langkah penelitian yang dilakukan berawal dari memilih masalah yang akan diteliti, lalu melakukan studi pendahuluan, merumuskan masalah rancangan penelitian, kemudian mengemukakan anggapan dasar dan hipotesis, menentukan metode penelitian, menentukan variabel dan sumber data, lalu menentukan dan menyusun instrumen, mengumpulkan data, dan terakhir menganalisis data pelaksanaannya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah faktor motivasi yang memiliki 24 sub variabel. Berikut ini variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

*Tabel 3. 3 Operasional Variabel*

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No Item	Skala
	<i>Escape</i>	Berkunjung untuk melepaskan diri dari	1	Ordinal

Faktor Motivasi (Push) (Jackson dan Ryan 1989)		rutinitas dan rasa jenuh dari pekerjaan		
	<i>Percieved authenticity</i>	Berkunjung untuk merasakan suasana asli daerah dan budaya	2	Ordinal
	<i>Relaxation</i>	Berkunjung untuk beristirahat dan merasa relax	3	Ordinal
	<i>Play</i>	Berkunjung untuk bermain	4	Ordinal
	<i>Strengthening family bonds</i>	Berkunjung untuk mempererat tali kekerabatan	5	Ordinal
	<i>Prestige</i>	Berkunjung untuk menunjukan kelas atau gaya hidup	6	Ordinal
	<i>Social interaction</i>	Berkunjung untuk melakukan berbagai interaksi sosial	7	Ordinal
	<i>Romance</i>	Berkunjung untuk mendapatkan suasana romantis	8	Ordinal
	<i>Educational opportunity</i>	Berkunjung agar mendapatkan edukasi	9	Ordinal
	<i>Self - fulfillment</i>	Berkunjung untuk mendapatkan jati diri	10	Ordinal
	<i>Wish - fulfillment</i>	Berkunjung untuk memenuhi keinginan atau cita-cita ke kawasan	11	Ordinal
	<i>Food</i>	Berkunjung karena ingin merasakan kuliner dari destinasi wisata	12	Ordinal
	<i>Recreation Facilities</i>	Berkunjung karena ingin merasakan fasilitas yang disediakan dari destinasi wisata	13	Ordinal



Faktor Motivasi (Pull) (Jackson dan Ryan 1989)	<i>Location climate</i>	Berkunjung karena lokasi kawasan yang strategis	14	Ordinal
	<i>National promotion</i>	Berkunjung karena adanya promosi berskala nasional dari destinasi wisata	15	Ordinal
	<i>Retail advertising</i>	Berkunjung karena iklan yang ditawarkan destinasi wisata	16	Ordinal
	<i>Wholesale marketing</i>	Berkunjung karena adanya iklan atau promosi paket wisata yang ditawarkan jasa wisata	17	Ordinal
	<i>Special events</i>	Berkunjung karena destinasi wisata menawarkan event-event special	18	Ordinal
	<i>Incentive schemes</i>	Berkunjung karena mendapat insentif dari perusahaan	19	Ordinal
	<i>Visiting friends</i>	Berkunjung karena ada teman untuk dijumpai	20	Ordinal
	<i>Visiting relatives</i>	Berkunjung karena dilokasi tersebut ada relasi untuk dijumpai	21	Ordinal
	<i>Tourist attractions</i>	Berkunjung karena lokasi tersebut memiliki daya tarik wisata yang menarik	22	Ordinal
	<i>Culture</i>	Berkunjung karena destinasi wisata memiliki nilai budaya dan peninggalan sejarah	23	Ordinal

	<i>Natural environment</i> <i>man – made environment</i>	Berkunjung karena lingkungan wisata yang menarik	24	Ordinal
--	---	--	----	---------

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

### 3.6 Analisis Data

#### 3.6.1 Metode MSI (*Method Success Interval*)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval (Sarwono, 2012:250). Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif dimana dalam penelitian ini merupakan presentatif dari jabaran titik dengan *labeling* angka skala semantik.

Beberapa indikator penelitian ini menggunakan skala ordinal seperti yang dijelaskan di operasional variabel, oleh karena itu harus diubah dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Semua data ordinal yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Al-Rasyid (1994) untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
5. Menentukan nilai interval rata – rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Decinty\ At\ Lower\ Limit) - (Decinty\ At\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

### 3.6.2 Analisis Faktor

Menurut Wijaya (2010) proses dasar analisis faktor meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis.
2. Menguji variabel yang telah ditentukan dengan metode *Bartlett's Test of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Pada tahap ini dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel hingga didapat variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, dapat dilihat pada uji Kaisei Meyer Oikin (KMO) *Measure of Sampling Adequacy* yang merupakan suatu indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai tinggi antara 0,5 – 1,0 berarti analisis faktor tepat, apabila kurang dari 0,5 analisis faktor dikatakan tidak tepat.
3. Proses pemfaktoran (*factoring*) dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Dari proses ini akan muncul tabel *communalities* yang pada dasarnya menunjukkan jumlah faktor atau variansi (bisa dalam persentase) dari suatu variabel yang mula-mula dapat dijelaskan oleh faktor yang ada. Nilai ekstrim *communalities* antara 0,0 (variabel tidak berkorelasi dengan variabel lain) sampai 1,0 (variansi variabel secara sempurna disebabkan oleh sejumlah faktor bersama). Tabel berikutnya yang muncul adalah Tabel *Total Variance Explained* yang menampilkan eigenvalues masing-masing faktor. Semakin besareigenvalue setiap faktor, maka faktor tersebut semakin reliabel untuk mewakili sekelompok variabel.
4. Proses rotasi dilakukan untuk mereduksi beberapa faktor ambigu. Rotasi paling sederhana adalah orthogonal rotation, dimana sumbu dipertahankan

90°. Metode rotasi faktor yang digunakan adalah Varimax yang hasilnya dapat dilakukan dalam satu literasi. Metode varimax banyak variabel dapat memiliki loading tinggi atau mendekati tinggi pada faktor yang sama.

5. Interpretasi faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang telah terbentuk yang dianggap dapat mewakili variable tersebut.

Pada penelitian ini, proses analisis dilakukan sampai pada langkah interpretasi faktor dan memberikan nama pada faktor yang terbentuk karena pada penelitian ini hanya menganalisis faktor-faktor yang akan terbentuk dan faktor dominan atas sebuah variabel.